

МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

ПРИКАЗ

от 17 января 2022 г.

№ 9

Об утверждении методических рекомендаций по организации информационного сопровождения реализации региональных проектов Калужской области

В целях реализации постановления Правительства Калужской области от 19.05.2017 № 310 «Об организации проектной деятельности в органах исполнительной власти Калужской области» **ПРИКАЗЫВАЮ:**

Утвердить методические рекомендации по организации информационного сопровождения реализации региональных проектов Калужской области (прилагаются).

**Заместитель Губернатора
Калужской области**



Д.О. Разумовский

Методические рекомендации по организации информационного сопровождения реализации региональных проектов Калужской области

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Настоящие методические рекомендации разработаны в целях обеспечения управления внешними коммуникациями региональных проектов, обеспечивающих достижение целей, показателей и результатов федеральных проектов, входящих в состав национальных проектов, определенных Указом Президента Российской Федерации от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» (в ред. Указов Президента Российской Федерации от 19.07.2018 № 444, от 21.07.2020 № 474) (далее - национальный проект, федеральный проект, региональный проект).

2. Понятия, используемые в методических рекомендациях, соответствуют терминам и определениям, приведенным в постановлении Правительства Калужской области от 19 мая 2017 г. № 310 «Об организации проектной деятельности в органах исполнительной власти Калужской области».

3. В настоящих рекомендациях используются следующие термины:

региональный проект - проект, обеспечивающий достижение целей, показателей и результатов федерального проекта, мероприятия которого относятся к законодательно установленным полномочиям Калужской области, а также к вопросам местного значения муниципальных образований Калужской области;

информационное сопровождение реализации региональных проектов – организация внешних коммуникаций участников региональных проектов и представителей средств массовой информации в целях информирования о ходе реализации национальных проектов в Калужской области;

план коммуникаций – это перечень мероприятий, направленных на информационное сопровождение хода реализации региональных проектов;

особо значимые результаты (ОЗР) – результаты, определяющих вехи федеральных (региональных) проектов, в наибольшей степени влияющих на достижение результатов и показателей национальных проектов;

типовой результат – обобщенный результат, не содержащий специфики проекта. Перечень типовых результатов определен в приложении 1;

формат освещения типового результата – критерий, определяющий степень освещения процесса достижения целей регионального проекта. Может быть развернутый, краткий или разовый;

инфоповод — актуальное событие, которое произошло в рамках реализации регионального проекта, а также мероприятия, результаты и процессы, связанные с реализацией соответствующего регионального проекта и участие в них жителей Калужской области и муниципальных образований (в подтверждение социальной значимости реализации нацпроектов). Инфоповодом также являются календарные и памятные даты, связанные с реализацией нацпроекта, информация об итогах функционирования объектов региональных проектов, о социально значимых мероприятиях, связанных с работой этих объектов, а также истории успеха, связанные с использованием людьми возможностей национальных проектов;

способ подачи инфоповода – это акцент на значимую часть или особую веху в процессе реализации регионального проекта; приоритет, на котором необходимо сфокусировать внимание;

сопроводительная карточка инфоповода — это качественное подробное описание инфоповода, включающее истории людей-участников, мнение людей участников, комментарии организаторов, региональных и муниципальных лидеров общественного мнения (хорошо и понятно изложенных). Используется при подготовке публикации в социальных сетях, для размещения инфоповода в СРК и последующего освещения его в СМИ;

социальная значимость мероприятия — это критерий того, насколько событие имеет значение для гражданина: насколько освещаемое мероприятие влияет на изменение или решение устаревших или неработающих форм жизни общества; каково положительное влияние на жизнь отдельного человека, группы людей или сообщества в целом;

формат работы со СМИ – способ и порядок работы с представителями СМИ. Подразумевает выезд на место события или дистанционный формат;

СРК - автоматизированная информационная система «Сбор и распределение контента», обеспечивающая обмен новостным контентом между участниками реализации национальных проектов и средствами массовой информации.

II. СТАНДАРТНЫЙ ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ

Стандартный процесс управления включает в себя планирование, исполнение, отчетность и контроль.

1. Планирование

1.1. План коммуникаций на год по форме согласно приложению 2 разрабатывается на срок до 1 марта года, следующего за планируемым, ответственным лицом в соответствии с пунктом 2.1 методических рекомендаций и согласовывается руководителем регионального проекта ежегодно не позднее 1 марта планируемого года.

1.2. План коммуникаций на месяц составляется по форме согласно приложению 3 до 25 числа месяца, предшествующего планируемому месяцу.

1.3. План коммуникаций на предстоящую неделю, с сопроводительными карточками описания инфоповодов, оформленными в соответствии с приложением 4 и 5 составляется еженедельно не позднее четверга.

2. Исполнение

2.1. Лицом, ответственным за обеспечение внешних коммуникаций регионального проекта, является сотрудник органа исполнительной власти Калужской области в соответствии с локальным нормативным актом органа исполнительной власти Калужской области, являющегося ответственным за реализацию данного регионального проекта (далее- ответственное лицо).

2.2. План коммуникаций на год и на месяц формируется ответственным лицом на основании действующей версии паспорта регионального проекта, вспомогательных документов проекта, таких как: план управления закупками, перечень особо значимых результатов (ОЗР), план строительно-монтажных работ, план-график производства работ и т.д.

2.3. План коммуникаций на ближайшую неделю и формат работы со СМИ (раздел III) определяется ответственным лицом на основании анализа информации о ближайших мероприятиях плана коммуникаций на год и плана коммуникаций на месяц и необходимости освещения заранее (анонсом).

3. Отчетность и контроль

3.1. Согласованный руководителем регионального проекта план коммуникаций на год направляется ответственным лицом в ГБУ «Проектный офис Калужской области» не позднее 25 марта планируемого года.

3.2. План мероприятий на предстоящий месяц направляется ответственным лицом в ГБУ «Проектный офис Калужской области» и в министерство внутренней политики и массовых коммуникаций Калужской области не позднее 25 числа текущего месяца.

3.3. План коммуникаций на ближайшую неделю направляется ответственным лицом в министерство внутренней политики и массовых коммуникаций Калужской области еженедельно не позднее 10.00 пятницы для размещения инфоповодов в информационной системе сбора и распределения контента (СРК) и дальнейшей отработки в региональных и федеральных СМИ.

3.4. Ежемесячно не позднее 8 числа месяца, следующего за отчетным, информация о количестве публикаций в социальных сетях по форме согласно приложению 6 направляется ответственным лицом в министерство внутренней политики и массовых коммуникаций Калужской области.

3.5. Отчет об информационном контенте по форме согласно приложению 7 формируется и направляет министерством внутренней политики и массовых коммуникаций Калужской области ежемесячно не позднее 10 числа месяца, следующего за отчетным, в ГБУ «Проектный офис Калужской области».

3.6. В тексте каждой публикации, размещаемой в СМИ в соответствии с планом коммуникаций, в обязательном порядке должно быть указано полное наименование регионального проекта, по которому отрабатывается информационный повод.

III. ВЫБОР ФОРМАТА РАБОТЫ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

1. Предусмотрено два варианта работы со СМИ:

1.1. Дистанционный формат работы. В этом случае видео/фотоматериалы и сопроводительная карточка с подробным описанием инфоповода направляется

министерство внутренней политики и массовых коммуникаций Калужской области.

1.2. Приглашение представителей СМИ на место. В этом случае при подготовке сопроводительной карточки указываются тайминг инфоповода, ключевые активности и участники события. Карточка с подробным описанием инфоповода направляется в министерство внутренней политики и массовых коммуникаций Калужской области.

2. При выборе формата работы со СМИ (дистанционный или выезд на место) учитываются следующие критерии:

2.1. Социальная значимость. Критерий определяется планируемым числом участников, их интересом к данному мероприятию, вовлеченностью и значимостью для населения. В СМИ в первую очередь необходимо освещать социально значимые для населения события.

2.2. Зрелищность.

2.2.1. Критерий зрелищности определяется:

- участием высшего должностного лица субъекта;
- участием известных деятелей политики, культуры, науки, искусства, и т.п.;
- наличием интересной/полезной для гражданина активности: групповая зарядка, конкурс, соревнования, выступления, уникальное событие;
- присутствием большого числа участников.

Зрелищные инфоповоды рекомендуется отрабатывать несколько раз: «до», «во время», «после».

2.2.2. Зрелищное событие и мероприятие рекомендуется освещать с приглашением СМИ на место события. В случае отказа представителей СМИ приехать на место, то инфоповод отрабатывается в дистанционном формате.

2.2.3. Для событий, которые демонстрируют реализацию регионального проекта, повышают лояльность гражданина, но не подразумевают активности и зрелищности предусмотрен дистанционный формат работы со СМИ.

2.2.4. Для событий, которые необходимо осветить в обязательном порядке, но не зрелищных, не интересных населению рекомендуется дистанционный формат работы.

2.2.5. Некоторые события и мероприятия, связанные с реализацией одного или нескольких региональных проектов, могут быть освещены в формате единого интервью или пресс-конференции. Такие инфоповоды могут быть объединены в одну тему и отрабатываются совместно заинтересованными органами исполнительной власти Калужской области и координируются министерством внутренней политики и массовых коммуникаций Калужской области.

3. План коммуникаций на неделю и сопроводительные карточки с описанием инфоповодов еженедельно направляются в министерство внутренней политики и массовых коммуникаций Калужской области не позднее 10.00 пятницы для размещения инфоповодов в СРК и дальнейшей отработки в региональных и федеральных СМИ.

График публикаций в социальных сетях на ближайшую неделю формируется ответственным лицом органа исполнительной власти Калужской области из плана коммуникаций на неделю. Публикации формируются из сопроводительных карточек инфоповодов и размещаются ответственным лицом органа исполнительной власти Калужской области в социальных сетях в соответствии с графиком.

4. Для создания материалов рекомендуется использовать единый визуальный стиль реализации национальных проектов - брендбук. Брендбук доступен по запросу в проектный офис Калужской области по электронному адресу pmo@adm.kaluga.ru.

IV. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ СМИ И ПУБЛИКАЦИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Что нужно писать:

1. Должна быть четкая связь между инфоповодом и региональным проектом.
2. Подача результатов региональных проектов через истории людей - благополучателей и реализаторов. Мнение людей участников, комментарии организаторов и региональных и муниципальных лидеров общественного мнения (хорошо и понятно изложенных)
3. Понятное изложение информации, отвечающее на вопросы «что?», «когда?», «почему?», «как?» произошло, «кто стал участником события?», «что думают участники события о произошедшем?»
4. Возможно использование формата контента «было/стало»: какая была дорога, школа, свалка, – и что стало.
5. Текст инфоповода на русском языке (на государственном языке РФ в соответствии со статьей 68 Конституции РФ)
6. Заголовок составлен из 2х и более слов.
7. Упоминание соответствующего национального проекта в публикации должно быть в первом абзаце публикации.
8. Ориентир на пользовательский контент, яркие истории.
9. В сопроводительной карточке для СМИ необходимо дать краткую справку в общем по национальному (региональному) проекту, для понимания полноты картины. Информация об основных параметрах реализации регионального проекта органом исполнительной власти Калужской области, муниципалитетом, учреждением.

Что не следует писать:

1. Нужно избегать сухих сообщений и перечисления фактов о росте финансирования проекта без указания, на что (кого) конкретно эти средства будут потрачены. Инфоповод не должен являться отчетом об исполнении бюджета.
2. Не надо акцентировать внимание на отдельных исполнителях региональных проектов.
3. Не писать «в рамках Федерального проекта национального проекта» - люди не должны знать все аббревиатуры и сложные названия, акцент на нацпроекте в целом. Если необходимо указать полные названия организаций и исполнителей, то это можно сделать отдельно в конце публикации.
4. Не использовать формальный язык и сложную лексику.

Приложение 1
к Методическим рекомендациям по
организации информационного
сопровождения реализации
региональных проектов.

Перечень типовых результатов, подлежащих освещению в средствах массовой информации

Типовой результат – обобщенный результат, не содержащий специфики проекта.

1. Капитальное строительство
2. Внедрение услуги для государственных организаций, бизнеса или населения
3. Создание новой организации
4. Обучение персонала, сертификация, аккредитация
5. Проведение массовых мероприятий, чемпионатов
6. Внедрение информационной системы
7. Проведение благоустройства, текущих ремонтов
8. Принятие нормативно-правового акта
9. Приобретение техники, оборудования или услуг
10. Организация работ

Приложение 2
к Методическим рекомендациям
по организации информационного
сопровождения реализации
региональных проектов.

План коммуникаций регионального проекта на год¹

¹ Заполняется в электронном виде в формате Excel

Приложение 2.1
к Методическим рекомендациям по
организации информационного
сопровождения реализации
региональных проектов.

Методические указания по заполнению форм планов коммуникаций

1. Определить ОЗР и соответствующие типовые результаты
2. Указать территориальную привязку, адрес, название объекта.
3. В зависимости от типа результата определить подходящий формат освещения:
4. Определить способ подачи инфоповода в течении года, заполнив столбцы по месяцам, указав: «начало», «процесс», «завершение/сдача», «эксплуатация», «анонс», «сравнение».
5. Подготовить краткое резюме регионального проекта с возможностью последующей актуализации. Данное резюме будет помощником при подготовке карточки инфоповода для СМИ.
6. В случае, если по региональному проекту нет понимания действий и дат, то необходимо описать это в сопроводительной записке к Плану коммуникаций на год.

Выбор формата и способа подачи инфоповода.

3 формата освещения типового результата:²

1. Развернутый.

Освещается весь процесс создания / реконструкции / капитального ремонта крупного объекта от начала и до конца. Минимум 4 инфоповода:

1. Начало работы;
2. Процесс (такой инфоповод по одному объекту может быть несколько раз);
3. Завершение/сдача в эксплуатацию;
4. Эксплуатация (не менее чем через 4-6 месяцев после ввода в эксплуатацию, такой инфоповод по одному объекту может быть несколько раз).

2. Краткий.

Освещается только результат в момент открытия/ввода в эксплуатацию/внедрения и спустя 4-6 месяцев после, чтобы показать динамику использования этого результата. Важно делать акцент на том, как гражданин или бизнес может воспользоваться этим результатом. Минимум 2 инфоповода:

1. Завершение/ввод в эксплуатацию/ ввод в действие
2. Результат в работе (не менее чем через 6 месяцев после ввода в эксплуатацию, может быть несколько раз).

3. Разовый.

Данный формат применяется при освещении культурно-массовых мероприятий.

В данном случае, во-первых, важно сделать анонс, чтобы как можно больше людей узнали о мероприятии заранее и смогли принять участие/выразить свое

² *Каждый из форматов может быть дополнен подачей инфоповода в виде «Сравнения» (Было/стало), в виде «анонса» и в виде «решения проблемы».

мнение/проголосовать; во-вторых, показать само проведение мероприятия (прямой эфир, если есть такая возможность) и рассказать об итогах/результатах.

1. Анонс мероприятия/открытия. Используется, когда необходимо привлечь внимание к будущему событию.
2. Репортаж с мероприятия
3. Подведение итогов мероприятия, ретроспектива, сравнение с предыдущими подобными активностями.

7 способов подачи инфоповода:

1. **Начало** работы по созданию результата;
2. **Процесс** создания результата (может быть несколько раз);
3. **Завершение/сдача** результата, проведение мероприятия;
4. **Эксплуатация** результата (не менее чем через 4-6 месяцев после ввода в эксплуатацию, может быть несколько раз) или **результат/итог** мероприятия.

5. **Сравнение** было/стало. В данном случае важно наглядно показать изменение. *(предусмотрен шаблон для данной подачи инфоповода)*

6. **Анонс** мероприятия. Используется, когда необходимо рассказать о чем-то заранее.

7. **Проблема - решение.** В данном случае мы рассказываем о том, каким образом созданный в рамках реализации регионального проекта результат решает поднятые общественностью проблемы. По приоритетности и структуре актуальных проблем, поднимаемых гражданами, рекомендуем взаимодействовать с Центром управления региона.

Типовые формы информационного освещения

| Тип результата | Способы подачи инфоповодов |
|--|--|
| РАЗВЕРНУТЫЙ | |
| 1. Капитальное строительство, 3. Создание новой организации, 9. Проведение благоустройства, текущих ремонтов | Обязательно: 1. Начало строительства /капремонта 2. Процесс строительства / капремонта (может быть несколько раз) 3. Завершение/сдача: строительство/капремонт/поставка оборудования/открытие 4. Эксплуатация объекта/оборудования/услуги (не менее чем через 6 месяцев после ввода в эксплуатацию, может быть несколько раз). *В дополнение: 5. Сравнение. Было/стало. 6. Анонс для привлечения внимания к событию. 7. Проблема – решение. |
| КРАТКИЙ | |
| 2. Внедрение услуги для государственных организаций, бизнеса или населения 10. Принятие нормативно-правового акта | Обязательно: 3. Момент завершения/сдачи, ввода в эксплуатацию/внедрения/ принятия услуги/поставки оборудования – Как воспользоваться? 4. Процесс эксплуатации (не менее чем через 6 |

| | |
|--|--|
| <p>4. Обучение персонала, сертификация, аккредитация 8. Внедрение информационной системы 12. Приобретение техники, оборудования или услуг 13. Организация работ</p> | <p>месяцев после ввода в эксплуатацию) – Как это работает? *В дополнение: 5. Сравнение. Было/стало. 6. Анонс для привлечения внимания к событию. 7. Проблема – решение.</p> |
| <p>РАЗОВЫЙ</p> | |
| <p>7. Проведение массовых мероприятий, чемпионатов</p> | <p>Обязательно: 6. Анонс мероприятия 4. Момент проведения и результаты/итоги. *В дополнение: 5. Сравнение. Было/стало. 7. Проблема – решение.</p> |

Краткое резюме по региональному проекту.

| | | | |
|---|--|-----|----------------|
| 1. Название нацпроекта | | | |
| 2. Название регионального проекта | | | |
| Контактные лица | Должность | ФИО | Телефон, почта |
| 3. Куратор | | | |
| 4. Руководитель проекта | | | |
| 5. Ответственный за коммуникацию в министерстве | | | |
| 6. Подрядчик/исполнитель | | | |
| Статистика ключевые результаты и показатели | краткая справка в общем по нацпроекту, об основных параметрах реализации регионального проекта органом исполнительной власти Калужской области, муниципалитетом, учреждением. | | |
| Важность | Результаты регионального проекта в контексте создаваемой ценности для граждан и бизнеса (с точки зрения конечного пользователя результатов), полезность регионального проекта для общества, граждан, бизнеса | | |

Приложение 3
к Методическим рекомендациям
по организации информационного
сопровождения реализации
региональных проектов.

План коммуникаций регионального проекта на месяц³

³ Заполняется в электронном виде в формате Excel

Приложение 4
к Методическим рекомендациям
по организации информационного
сопровождения реализации
региональных проектов.

План коммуникаций регионального проекта на неделю⁴

⁴ Заполняется в электронном виде в формате Excel

Приложение 5
к Методическим рекомендациям по
организации информационного
сопровождения реализации
региональных проектов.

Правила заполнения сопроводительной карточки инфоповода.

Сопроводительная карточка инфоповода — это качественное подробное описание инфоповода по шаблону, включающее истории людей-участников, мнение людей участников, комментарии организаторов и региональных и муниципальных лидеров общественного мнения (хорошо и понятно изложенных).

Карточка инфоповода используется при подготовке публикации в социальных сетях, для размещения инфоповода в СРК и последующего освещения его в СМИ.

Часть 1 – ОБЩАЯ - обязательная для заполнения.

В зависимости от формата работы со СМИ заполняются

Часть 2 ПРИГЛАШЕНИЕ НА МЕСТО СОБЫТИЯ.

Часть 3 РАБОТА ДИСТАНЦИОННО.

Сопроводительная карточка инфоповода должна содержать факты и данные, на основании которых журналисты смогут создать свой материал.

Основные задачи при подготовке карточки инфоповода:

1. Дать точную информацию или план событий в цифрах, времени, названиях, именах, должностях, приоритетных направлениях.

2. Как можно понятнее сформулировать важность данного события для человека и общества (не для системы!), которая достигается через региональный проект конкретным действием. Это повышает лояльность человека к нацпроекту. И дает понимание журналисту как подавать новость.

Шаблон сопроводительной карточки инфоповода.

ЧАСТЬ 1. ОБЩАЯ

| | | |
|--|--|---|
| Название нацпроекта | | |
| Название регионального проекта | | |
| Формат и способ подачи инфоповода | | |
| Дата Место Время | | |
| Ответственный за коммуникации: | | |
| Должность ФИО Телефон, почта | | |
| Важность события для людей/общества | | |
| <i><проблема></i> | <i>это <действие, результат проекта> решает проблему</i> | <i>дает вот такую <ценность, пользу человеку, обществу></i> |

| | | |
|---|--|--|
| | | |
| Четкая связь между инфоповодом и нацпроектом. | | |
| Как именно нацпроект привязан к этому событию в результатах для людей/общества? | | |
| | | |
| Статистика | | |
| - краткая справка в общем по нацпроекту, об основных параметрах реализации регионального проекта органом исполнительной власти Калужской области, муниципалитетом, учреждением. | | |
| | | |

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

| Ключевая фигура | | | | |
|----------------------------|----------------------------------|-----|-----------------------------|------------|
| Организация | Должность | ФИО | Телефон/ контактное лицо | Примечание |
| | | | | |
| | | | | |
| Активность | | | | |
| Организация | Контактное лицо, должность | ФИО | Телефон | Суть |
| | | | | |
| | | | | |
| Другие участники | | | | |
| Организация | Должность | ФИО | Телефон | Примечание |
| Представители власти | | | | |
| Жители/герои | | | | |
| Общественные деятели | | | | |
| Подрядчики, исполнители | | | | |
| Другое | | | | |

ЧАСТЬ 2. ПРИГЛАШЕНИЕ НА МЕСТО СОБЫТИЯ.

Дополнительный материал. План события для приезда СМИ на место:

| Время: | Действие: | Лица: |
|--------|-----------|-------|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

Дополнительный материал. Основные спикеры для подъёмов:

| Организация | Должность | ФИО | Почему с ним стоит пообщаться? | Наличие договоренности, Телефон |
|-------------|-----------|-----|--------------------------------|---------------------------------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

ЧАСТЬ 3 ДЛЯ РАБОТЫ ДИСТАНЦИОННО

Дополнительный материал. Рассказ о результатах нацпроектов через истории людей. Цитаты жителей/ чиновников/ подрядчиков/ героев/ благополучателей и реализаторов.

| | Организация | Должность | ФИО | Телефон |
|-----------------|-------------|-----------|-----|---------|
| Герой | | | | |
| История, цитата | | | | |
| Герой | | | | |
| История, цитата | | | | |

Дополнительный материал. Фото/видео.

| № Фото/видео | Место ГДЕ? | Событие ЧТО? | Люди: ФИО, должность КТО? | Примечание |
|--------------|------------|--------------|---------------------------|------------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

ЧАСТЬ 2. ПРИГЛАШЕНИЕ НА МЕСТО СОБЫТИЯ.

Дополнительный материал. План события для приезда СМИ на место:

| Время: | Действие: | Лица: |
|--------|-----------|-------|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

Дополнительный материал. Основные спикеры для подъёмов:

| Организация | Должность | ФИО | Почему с ним стоит пообщаться? | Наличие договоренности, Телефон |
|-------------|-----------|-----|--------------------------------|---------------------------------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

ЧАСТЬ 3 ДЛЯ РАБОТЫ ДИСТАНЦИОННО

Дополнительный материал. Рассказ о результатах нацпроектов через истории людей. Цитаты жителей/ чиновников/ подрядчиков/ героев/ благополучателей и реализаторов.

| | Организация | Должность | ФИО | Телефон |
|-----------------|-------------|-----------|-----|---------|
| Герой | | | | |
| История, цитата | | | | |
| Герой | | | | |
| История, цитата | | | | |

Дополнительный материал. Фото/видео.

| № Фото/видео | Место ГДЕ? | Событие ЧТО? | Люди: ФИО, должность КТО? | Примечание |
|--------------|------------|--------------|---------------------------|------------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Приложение 6
к Методическим рекомендациям по
организации информационного
сопровождения реализации
региональных проектов.

Информация о количестве публикаций о ходе реализации региональных проектов, размещенных в социальных сетях ⁵

| Национальный проект | Региональный проект | Наименование социальной сети | Количество публикаций | Ответственное министерство | Всего за отчетный период | Всего нарастающим итогом с начала года |
|---------------------|---------------------|------------------------------|-----------------------|----------------------------|--------------------------|--|
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

⁵ Заполняется в электронном виде в формате Excel

Приложение 7
к Методическим рекомендациям по
организации информационного
сопровождения реализации
региональных проектов.

Отчет об информационном сопровождении хода реализации региональных проектов ⁶

| Национальный проект | Региональный проект | Количество публикаций в СМИ | Количество публикаций в социальных сетях | Количество публикаций в СРК | Ответственное министерство | Всего за отчетный период | Всего нарастающим итогом с начала года |
|---------------------|---------------------|-----------------------------|--|-----------------------------|----------------------------|--------------------------|--|
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |

⁶ Заполняется в электронном виде в формате Excel